

# Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Wifi Corner Menggunakan Servqual, IPA dan Index PGCV (Studi kasus pada pelanggan wifi corner Surabaya)

Endang Puji Kurniawati<sup>1</sup>, Niluh Putu Hariastuti<sup>2</sup>

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri

Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya <sup>1,2</sup>

e-mail: [endangkurniawati762@gmail.com](mailto:endangkurniawati762@gmail.com), [putu\\_hrs@yahoo.com](mailto:putu_hrs@yahoo.com)

## ABSTRACT

*The quality of service becomes the effort of company for satisfying the needs and desires of customers. The service must be carried out continuously so that it can have high quality. Therefore, this research aimed at investigating the service level of Wi-Fi corner owned by Telkom Indonesia Ltd in Surabaya area so as to improve the satisfaction of customers. For this reason, the researcher distributed questionnaires to 50 respondents and employed 5 servqual dimensions consisting of 20 attributes. The data which were processed by servqual for investigating the gap between perception and expectation obtained average value -0.71. Next, Importance Performance Analysis (IPA) method and Potential Gain Customer Value (PGCV) index were implemented to figure out which attribute must be repaired and prioritized for improvement. As a result, the attributes becoming the priority of service level improvement in order to satisfy the customers of Wi-Fi corner in Surabaya area included: (1) clarity in giving information from employees to customers, (2) correctness in providing information service, (3) convenience in Wi-Fi id registration, (4) stability in internet service access, (5) employee openness in receiving every comment and suggestion from customers.*

**Keywords:** importance, satisfaction, PGCV, servqual

## ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan upaya perusahaan dalam memberikan kebutuhan serta keinginan terhadap konsumen, pelayanan perlu dilakukan terus menerus agar berkualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan pada wifi corner milik PT. Telkom Indonesia area Surabaya guna meningkatkan kepuasan terhadap pelayanan. Dalam penelitian ini jumlah penyebaran kuesioner berjumlah 50 responden dan menggunakan 5 dimensi *servqual* yang terdiri dari 20 atribut. Data diolah menggunakan *servqual* untuk mengetahui gap persepsi dan harapan dengan nilai rata-rata diperoleh sebesar -0,71. Kemudian digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Indeks *Potential Gain Customer Value* (PGCV) untuk mengetahui atribut mana yang harus di perbaiki dan di prioritaskan perbaikannya. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan kualitas pelayanan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan wifi corner area Surabaya (1) karyawan memberikan informasi yang cukup jelas kepada pelanggan (2) Ketepatan dalam memberikan layanan informasi (3) kemudahan dalam melakukan registrasi wifi id (4) kestabilan dalam akses layanan internet (5) keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan.

**Kata Kunci:** importance, kepuasan, PGCV, servqual

## PENDAHULUAN

Bersama dengan perkembangan teknologi yang terus meningkat, terutama di bidang internet yang hampir seluruh masyarakat Indonesia membutuhkan fasilitas internet ini karena internet sangat dibutuhkan dari berbagai sumber mulai dari sumber pertukaran informasi data sampai dengan akses untuk komunikasi dengan banyak orang yang tinggal di berbagai belahan dunia. Bahkan penggunaan internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang semakin tinggi disetiap tahunnya dan terus meningkat.

Wifi corner merupakan sebuah fasilitas tempat yang menyediakan akses internet dengan berkecepatan tinggi sebuah inovasi dari PT Telkom Indonesia yang mempunyai kecepatan akses hingga 100 Mbps. Dengan wifi corner ini PT. Telkom Indonesia mengharapkan konsumen tidak

lagi mempunyai kendala untuk menggunakan layanan internet. Seperti yang diketahui sekarang ini masih banyak terdapat banyak keluhan yang dirasakan dalam kualitas layanan pada *wifi corner*, seperti halnya peralatan yang sudah waktunya di ganti, kecepatan internet kurang stabil dan kadang lemot. apabila keluhan-keluhan tersebut dibiarkan terus menerus maka konsumen akan merasa tidak terpuaskan atas layanan yang diberikan sehingga dapat merusak citra pada perusahaan.

Terdapat beberapa cara yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, seperti *servqual*, *servqual* sendiri digunakan untuk mengetahui gap antara persepsi dan harapan pelanggan dari layanan jasa [1], selain *servqual* metode lain yang bisa digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk membandingkan antara tingkat kepentingan yang diinginkan konsumen dengan kinerja dari pihak penyedia jasa. Metode IPA sendiri sudah banyak digunakan oleh peneliti sebelumnya [2] dan metode Indeks PGCV (*Potential Gain in Customer Value*) digunakan untuk melihat atribut mana dari layanan yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan [3]. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dari pengguna *wifi corner* terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan yang sudah dirasakan oleh konsumen untuk menentukan kriteria yang menjadi prioritas perbaikan *wifi corner*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Jasa

Jasa merupakan suatu bentuk aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual kepada konsumen[4]. Jasa diartikan sebagai suatu bentuk tindakan atau suatu kegiatan yang dapat ditawarkan oleh pihak satu ke pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak mempunyai wujud, dan tidak akan menghasilkan kepemilikan apapun [5]. Pada dasarnya kinerja dari sesuatu jasa merupakan sesuatu yang tidak memiliki wujud (*intangible*) meskipun pada penerapannya jasa sering kali berdampingan dengan produk yang berwujud (*tangible*).

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan yang senang karena mendapatkan apa yang seharusnya didapatkan dengan baik dan merasa nyaman[6]. Kepuasan sendiri sulit diukur karena kepuasan merupakan suatu konsep yang sangat luas, mendalam, dan kompleks, sehingga kepuasan antara orang satu dengan yang lainnya akan berbeda [6].

### Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Bernoulli. Metode ini digunakan untuk mengetahui jumlah sampel yang seharusnya diambil dan digunakan ketika ukuran populasi yang ada masih belum diketahui dengan pasti serta metode ini dapat digunakan untuk menguji kecukupan data dari kuesioner yang disebar. Menentukan jumlah sampel dalam atribut penelitian, menggunakan perhitungan dengan metode Bernoulli ukuran sampel minimum untuk menguji kecukupan data dari kuesioner sebagai berikut [7] :

$$N = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- $N$  : jumlah sampel minimum
- $p$  : proporsi jumlah kuesioner yang dijawab benar
- $q$  : 1-p, proporsi jumlah kuesioner yang dijawab salah
- $Z_{\alpha/2}$  : nilai Z (tabel distribusi normal)
- $e$  : toleransi eror

### Servqual

*Servqual* merupakan sebuah metode untuk membantu perusahaan agar lebih memahami persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan [8].

$$Q = P \text{ (Perceived Service)} - E \text{ (Expected Service)} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

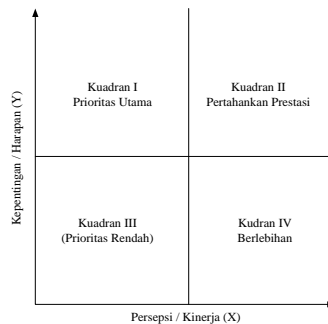
Q = Kualitas Pelayanan

P = persepsi dari suatu pelayanan

E = harapan dari suatu pelayanan

### Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance performance analysis* adalah prosedur untuk menunjukan kepentingan relative berbagai atribut terhadap kinerja perusahaan[9]. Kepentingan dan tingkat kepuasan akan ditampilkan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan memudahkan penjelasan.



Gambar 1. Diagram Kartesius Matriks IPA

### Indeks Potensial Gain Customer Value (PGCV)

Indeks *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) adalah suatu alat yang sering digunakan untuk membandingkan masukan yang bersifat kuantitatif secara lebih meluas, terperinci dan teliti untuk sebuah analisis [10].

Langkah – langkah menghitung indeks PGCV adalah:

1. ACV (*Achieved Customer Value*)

Hasil kali variable kepentingan (harapan) dengan variabel performansi (persepsi).

Dengan rumus sebagai berikut :

$$ACV = Y \times X \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

ACV = nilai pencapaian dari konsumen

Y = Nilai rata – rata untuk harapan

X = Nilai rata – rata untuk kinerja

2. UDCV (*Ultimately Desired Customer Value*)

Nilai konsumen akhir yang diinginkan. Untuk mencari nilai UDCV yaitu dengan mengalikan nilai *importance* yang dipilih oleh pelanggan dengan nilai *performance* maksimal dengan skala Likert pada kuesioner yang disebarkan.

$$UDCV = Y \times X_s \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

UDCV = Nilai akhir keinginan konsumen

Y = Nilai rata – rata untuk harapan

Xs = Nilai kinerja maksimum dalam skala *likert* yang dipilih

3. Indeks PGCV

nilai PGCV dapat dituliskan sebagai berikut :

$$PGCV : UDCV - ACV \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

UDCV = Nilai konsumen akhir yang diinginkan

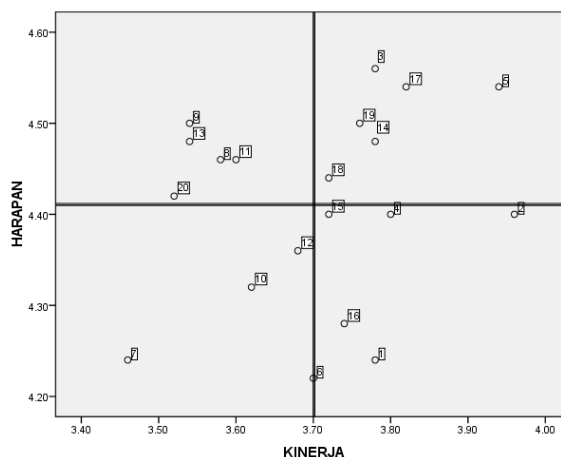
ACV = Hasil kali variable harapan dengan variabel performansi



0,44. Pada perhitungan skor *servqual* semua atribut mendapatkan hasil yang negatif, telah disebutkan diatas jika skor nilai *servqual* negatif lebih banyak ini menunjukkan bahwa pengguna merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan pihak *wifi corner*.

### Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis *Importance Performance Analysis* ini digunakan untuk mengetahui posisi atribut kualitas pelayanan *wifi corner* berdasarkan harapan mengenai tingkat kepentingan dan kinerja menurut pengguna. Selain itu, juga dapat digunakan untuk mnegidentifikasi tindakan apa saja yang harus dilakukan oleh pihak penyedia jasa berkaitan dengan posisi atribut.



Gambar 3. Gambar Diagram Kartesius IPA

Pada kuadran I, merupakan posisi yang dianggap penting bagi pengguna *wifi corner*, tapi pada kenyataannya atribut tersebut belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna *wifi corner* (tingkat kepuasan yang dirasakan masih rendah). Atribut yang berada pada kuadran ini harus dilakukan perbaikan dengan cara terus-menerus sehingga *performance* akan meningkat.

Pada kuadran II, merupakan posisi yang dimana atributnya dianggap penting oleh pengguna *wifi corner* dan pengguna *wifi corner* merasa sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga kepuasan relatif tinggi. Dengan demikian atribut-atribut pada kuadran ini perlu dipertahankan sebab kualitas pelayanan yang dilakukan *wifi corner* sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

Kuadran III, merupakan posisi dimana atribut tersebut dianggap kurang penting oleh pengguna *wifi corner*, tetapi kinerjanya sangat baik (tingkat kepuasan yang dirasakan sangat baik). Dengan demikian atribut-atribut pada kuadran ini perlu dipertahankan, meskipun kurang dianggap penting bagi pengguna *wifi corner*.

Kuadran IV, merupakan posisi dimana atribut dianggap kurang penting oleh pengguna *wifi corner*, tetapi kinerjanya sangat baik (tingkat kepuasan yang dirasakan sangat baik). Dengan demikian atribut-atribut pada kuadran ini perlu dipertahankan, meskipun kurang dianggap penting bagi pengguna *wifi corner*.

Dengan menggunakan *software* SPSS 17.00 diketahui bahwa terdapat 3 (tiga) atribut yang terdapat pada kuadran A, yaitu: karyawan memberikan informasi yang cukup jelas kepada pelanggan, ketepatan dalam memberikan layanan informasi, kemudahan dalam melakukan registrasi *wifi id*, kestabilan dalam akses layanan internet, keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan. Yang akan menjadi fokus perbaikan

### Indeks *Potential Gain Customer Value* (PGCV)

Berdasarkan rumus (3) nilai ACV dapat menunjukkan besarnya nilai pada kualitas pelayanan yang tercapai dari sudut pandang konsumen, apabila nilai ACV semakin besar maka kualitas pelayanan pada *wifi corner* semakin baik dari sudut pandang konsumen. Sedangkan rumus (4) nilai UDCV adalah nilai akhir yang diinginkan oleh konsumen, dan rumus (5) nilai yang di dapat dari indeks PGCV ini digunakan untuk menentukan atribut-atribut mana saja yang harus di prioritaskan perbaikannya.

Urutan prioritas perbaikan pada metode Indeks PGCV dengan urutan pertama atribut X23 (karyawan memberikan informasi yang cukup jelas kepada pelanggan) dengan nilai 6.33, kedua atribut X31 (ketepatan dalam memberikan layanan informasi) dengan nilai 5.17, ketiga atribut X33 (kemudahan dalam melakukan registrasi *wifi id*) dengan nilai 5.04, keempat atribut X41 (kestabilan dalam akses layanan internet) dengan nilai 2.41, dan diurutkan paling terakhir pada atribut X53 (keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan) dengan nilai 2.25.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis *servqual* didapatkan rata-rata keseluruhan tingkat persepsi sebesar 3.70 dan rata-rata keseluruhan tingkat harapan sebesar 4.41 yang mempunyai gap sebesar -0.71, artinya pengguna *wifi corner* merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan pihak *wifi corner*. Berdasarkan analisis menggunakan *importance performance analysis* atribut yang dianggap sangat penting bagi konsumen akan tetapi pelayanannya belum memuaskan atau yang masuk kedalam kuadran I (prioritas utama) adalah: karyawan memberikan informasi yang cukup jelas kepada pelanggan. Ketepatan dalam memberikan layanan informasi. Kemudahan dalam melakukan registrasi *wifi id*. Kestabilan dalam akses layanan internet. Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Sholikhah and S. W. Iriananda, "Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality," *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.*, vol. 2, no. 2, pp. 53–58, 2017.
- [2] R. K. Umam and N. P. Hariastuti, "ANALISA KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)," *Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap. VI 2018 Inst. Teknol. Adhi Tama Surabaya*, pp. 1–11, 2018.
- [3] A. F. Gucci and H. Setiawan, "Pengukuran Indeks Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan dan Penentuan Prioritas Perbaikan Di Puskesmas Dengan Metode ( Potential Gain in Customer Value ) Di Kota Cilegon," vol. 5, no. 3, pp. 321–325, 2017.
- [4] F. Tjiptono and G. Chandra, *Service quality satisfaction*. yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- [5] P. Kotler and K. L. Keller., *Manajemen pemasaran*, 13th ed. jakarta: Erlangga, 2009.
- [6] A. Luciao and J. Maroco, "Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in 4-5 Stars Hotel," *Eur. J. Tour. Hosp. Recreat. Port.*, vol. 4, no. 3, pp. 119–145, 2013.
- [7] R. E. Walpole, *Pengantar statistika*, 3rd ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1995.
- [8] F. Tjiptono, *pemasaran jasa*. yogyakarta: penerbit a, 2014.
- [9] Nursya'bani, *manajemen kualitas prespektif global*. Yogyakarta: ekonisia, 2016.
- [10] yudi tjahyono Johan Samuel, rindra yusianto, "INTEGRASI MODEL SERVICE QUALITY DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE ( PGCV ) DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA CV . BINTANG PRIMA PERKASA Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Dian Nuswantoro Semarang Pengolahan Data 1," vol. 1, pp. 1–6, 2015.